

# Handel im Wandel

**Wie der Online Handel den  
stationären Handel verdrängt –  
und Auswege**

**Mai 2019**



## Inhaltsverzeichnis

Seite

I.	Handel im Wandel – Was hat sich gewandelt?	1
II.	Problemstellungen	2
III.	Lösungsansätze	3
IV.	Ausblick	9
V.	Checkliste	10
VI.	Leistungsspektrum GRC	11

# Die Rahmenbedingungen von Angebot und Nachfrage im Handel haben sich in den letzten Jahren dramatisch gewandelt

Vergleich bestimmter Rahmenbedingungen früher und heute



Dieser Wandel ist stark bedingt durch das Internet – Im Kern hat sich dadurch die Marktmacht des Kunden dramatisch erhöht

Problemstellungen des stationären Handels

- 1** Der **Onlinehandel besitzt** bereits eine **hohe Relevanz** im Einzelhandel **und dehnt sich** über klassische Online-Domänen hinaus **immer stärker aus** – Auch in bislang klassische stationäre Handels-Domänen (z.B. Bereiche Einrichtung und Lebensmittel)
- 2** Eine **weitgehende Preistransparenz und Warenverfügbarkeit** sowie ein Wandel im Kaufverhalten führen zu einer hohen **Wechselbereitschaft der Kunden** und **Austauschbarkeit von Anbietern**
- 3** Eine unübersichtliche **Vielzahl** an verfügbaren **Produkten und Informationen** **erschwert** die eigene **Positionierung** und damit auch die **Kommunikation** mit dem Kunden

# Der Onlinehandel dringt in alle Bereiche vor – Chancen ergeben sich für Händler mit klarem Profil und konkreter Kundenstrategie

Lösungsansatz: Online Präsenz aufbauen bzw. schärfen



## Ausgangslage

- **Der Onlinehandel nimmt eine immer größere Bedeutung an**
- Der **Marktanteil** des Onlinehandels hat sich in den letzten 10 Jahren rd. **verdreifacht**
- Der **Onlineanteil** beträgt heute rd. **10%** des dt. Einzelhandelsvolumens – Tendenz stark steigend
- Der **Onlinehandel** hat nach wie vor klassische Online-Domänen wie Fashion und Electronics – Er **entwickelt sich** jedoch immer stärker **auch in bislang klassische stationäre Handels-Domänen** wie Einrichtung und Lebensmittel
- Der **Bestand stationärer Geschäfte geht immer weiter zurück**



## Chancen

- **Dabei sein!** Wer es schafft, online und offline zu verknüpfen, hat gute Chancen neue Wachstumsdynamik zu generieren
- Eine **klare Positionierung und Zielkundendefinition** ist nötig um weiter relevant zu bleiben und gefunden zu werden – Zusätzlich steigert sich die **Differenzierungsmöglichkeit** gegenüber dem Wettbewerb



## Aktion !

- **Lernen Sie Ihren Kunden noch besser kennen!**
- **Positionieren** Sie sich mit einem **klaren Profil** – Wer ist Ihr **Zielkunde?**
- **Sprechen Sie Zielkunden konkret an**

### Was kann GRC konkret leisten?

- Wir schärfen Ihr Profil – Gemeinsam entwickeln wir eine Gesamtstrategie für Marktauftritt und Kundenansprache
- Wir sind Experten für Digitalisierung und machen Big Data greifbar
- Nutzen Sie hierfür Fördermittel des Staates – Wir wissen wie!
- Lassen Sie uns Ihnen helfen Kundenstrukturen und Kaufpräferenzen transparent zu machen

# Es herrscht weltweiter Wettbewerb um Kunden, der stark über den Preis geführt wird – Schaffen Sie Mehrwert für Ihre Kunden

Lösungsansatz: Käuferlebnis schaffen und Preise im Auge behalten



## Ausgangslage

- **Preise** sind immer und überall **vergleichbar**
- Kunden haben eine hohe **Wechselbereitschaft**
- **Produkte** sind **austauschbar**
- Das **Produktangebot** ist **vielfältig**
- Produkte sind online **immer verfügbar**
- Der **Kunde** informiert sich vorab und **wählt** seinen präferierten **Einkaufskanal**



## Chancen

- Schaffen Sie ein **Käuferlebnis** für den Kunden **und profitieren** von der hohen **Wechselbereitschaft**
- **Mehrwert** über die Beratung des Kunden **schaffen** – **nicht nur im Geschäft** (z.B. eigener Produktvergleich auf Website zeigt Knowhow)
- **Conversion** steigern – Der Kunde muss letztlich auch kaufen
- **Beratung = Chance für Upselling!**
- Liefern Sie eine **Begründung** das Produkt **bei ihnen zu Kaufen** – **dafür** müssen Sie sich **preislich am Markt orientieren** und wissen, wann Sie mit welchen Prämien agieren können
- **Durch weltweite Warenbeschaffung Einkaufspreise optimieren**



## Aktion !

- Transportieren Sie das **Käuferlebnis!**
- **Kommunizieren Sie Ihren Mehrwert**
- Seien Sie **preislich kompetitiv**
- Ihre **Mitarbeiter** sind Ihr **Aushängeschild**

### Was kann GRC konkret leisten?

- Wir sorgen für Transparenz in der kaufmännischen Steuerung – KPIs, Preiskalkulation, Profitabilität
- Prozessoptimierung und Kostensenkung unternehmensweit
- Warengruppenanalysen, Lager- und Bestandsdimensionierung/-optimierung
- Beschaffungsstrategie
- Coaching für Verkaufspersonal und Führung (Führungsinstrumente)

# Zu viele Informationen auf zu vielen Kanälen überfordern den Kunden – Seien Sie Dienstleister, helfen Sie und heben sich ab

Lösungsansatz: Direkte und verständliche Kommunikation auf den richtigen Kanälen



## Ausgangslage

- Kunden informieren sich auf **verschiedenen Kanälen** über Kaufgelegenheiten (wo kann ich kaufen) und das Produkt als solches (was möchte ich kaufen)
- Direkte **Vergleichsmöglichkeiten** für **Händler und Produkte** (z.B. Vergleichs- und Bewertungsportale)
- **Reizüberflutung** durch Werbemails, Anzeigen in Sozialen Netzwerken, TV-Werbung usw.
- Gleichzeitig hohe **Verunsicherung trotz oder aufgrund vieler Informationen**



## Chancen

- **Informieren Sie** Ihre Kunden **gezielt** – **direkt** in der Ansprache **und indirekt** im Auftreten (z.B. ergänzend Slogan zum Firmennamen „ihr Elektronikexperte“)
- Hierfür können **soziale Netzwerke** **und** auch **Influencer** hilfreich sein
- **Nutzen** Sie Ihre eigenen gewonnenen **Kundendaten** um z.B. auf zugeschnittene Angebote aufmerksam zu machen
- **Über verschiedene Kommunikationskanäle** mit dem Kunden **interagieren** (Homepage, Geschäft, telefonisch...)
- **Bieten Sie Entscheidungshilfe**



## Aktion !

- **Gezielt** Informationen bereitstellen
- Pflegen Sie Ihr **Image** – **online und offline**
- **Informationskanäle** bewusst **wählen**

### Was kann GRC konkret leisten?

- Zu Ihrem Profil entwickeln wir eine Kommunikationsstrategie
- Strukturierung von Marketing, Marktauftritt und Vertrieb
- Verknüpfung mit Experten und Dienstleistern

# Was passiert, wenn ich mich positioniert habe? Nachgelagerte Fragestellungen sind zu klären

**Wie erweitere ich meinen finanziellen Spielraum?**

**Welche Waren müssen wo und wie schnell verfügbar sein?**

**Wie bzw. wie breit muss das Sortiment beschaffen sein?**

**Wie erweitere ich meinen Finanzierungsspielraum, um die neuen Pläne umzusetzen?**



**Wie kann dem Kunden ein Käuferlebnis vermittelt werden (Convenience)?**

**Wie wird mein Angebot sichtbar?**

**Wie sehen nachgelagerte Logistiklösungen aus?**

**Wie werden Preise festgelegt?**

**Wer begleitet mich im Prozess?**

**Wer sind relevante Partner?**



# Abschließender Ausblick – Die Kombination aus Präsenz- und Onlinegeschäft ist die Zukunft des Handels

- Der stationäre Einzelhandel bleibt relevant und attraktiv – Kunden möchten Produkte weiterhin anfassen, ausprobieren und auf eine persönliche Beratung nicht verzichten – dabei benötigen Sie auch Hilfe
- In Zukunft muss der stationäre Händler online präsent sein, da insbesondere kommende Käufergenerationen sich vor einem Kauf online über Produkte informieren, Preise mit anderen Anbietern vergleichen und das Internet als Inspirationsquelle nutzen – Online und Offline Präsenz müssen intelligent verknüpft werden
- Käuferlebnis als Basis emotionaler Bindung zum stationären Geschäft gewinnt zunehmend an Bedeutung. Diese Bindung steigert sich mit der Zeit durch kundenfreundliches Verhalten und den persönlichen Bezug zum Kunden
- Die Verbindung eines stationären, kundenfreundlichen Ladens mit einer umfassenden Onlinepräsenz sichert die Zukunfts- und Konkurrenzfähigkeit und ermöglicht es alle Vorteile aus der Digitalisierung zu ziehen

Die Verbindung eines stationären, kundenfreundlichen Ladens mit einer umfassenden Onlinepräsenz sichert die Zukunfts- und Konkurrenzfähigkeit und ermöglicht es alle Vorteile aus der Digitalisierung zu ziehen

# GRC Checkliste zur Identifikation von Gefährdungspotentialen

Sind Sie zukunftsfähig aufgestellt? Finden Sie es heraus!

## Grundlegende Ausstattung

Habe ich ein ansprechendes Geschäft und kompetentes Personal?

Ja    Nein

Sind meine Preise über weite Teile des Sortiments wettbewerbsfähig?

Ja    Nein

Mache ich aktiv über verschiedene Kommunikationskanäle Werbung?

Ja    Nein

Habe ich einen eigenen Online-Shop?

Ja    Nein

Habe ich ein klar verständliches Profil?

Ja    Nein

Kann ich meinen Mehrwert für den Kunden klar formulieren?

Ja    Nein

## Gefährdungspotentiale für rein stationäre Händler

Hat sich der Altwaren-/Lagerbestand in den letzten 3 Jahren verringert?

Ja    Nein

Ist mein Markt in den letzten 3 Jahren stabil geblieben?

Ja    Nein

Sind die flächenbereinigten Umsätze der letzten 3 Jahren über der natürlichen Kostensteigerungsrate (1,5%) geblieben?

Ja    Nein

Wenn der Online-Anteil in meinem Marktsegment höher als 20% ist, halte ich mind. 15% dieses Anteiles?

Ja    Nein

Anzahl „Nein“	Handlungsbedarf
---------------	-----------------

1-2    Gering

3-4    Vorhanden

> 4    Akut

# Vom Konzept bis zur gemeinsamen Umsetzung

## GRC als Ihr Partner

### Strategische Ausrichtung

- Entwicklung einer Gesamtstrategie für Marktauftritt und Kundenansprache
- Begleitung auf dem Weg zum verknüpften Online- und Offline Handel
- Konzepte um Kundenstrukturen und Kaufpräferenzen transparent und greifbar zu machen und somit die emotionale Kundenbindung zu stärken
- Stabilisierung des Geschäftsmodells

### Handlungsfelder

- Begleitende Umsetzung und Unterstützung bei kaufmännischer Steuerung, Controlling, KPIs sowie Preiskalkulation
- Organisations- und Personalentwicklung
- Strukturierung von Marketing, Marktauftritt und Vertrieb
- Nutzung von Big Data zur Warengruppenanalysen sowie Lager- und Bestandsdimensionierung/-optimierung

### Organisatorische Voraussetzungen

- Konzepterstellung und Umsetzungsbegleitung
- Gesamtprozesssteuerung und Projektkoordination der Partner
- Prozessoptimierung und Kostensenkung unternehmensweit
- Unterstützung bei der Digitalisierung und Aufarbeitung von Rohdaten
- Entwickeln der notwendigen Fähigkeiten im Stammpersonal
- Coaching für Verkaufspersonal und Führung

# Ausgewählte Praxisbeispiele

## Verlängerte Ladentheke – Textilkaufhaus erweitert Sortimentsangebot ohne Vergrößerung der Ladenfläche

Ein Bekleidungsgeschäft verknüpft die Offline- und Onlinewelt in Form einer virtuellen Sortimentserweiterung. Kunden können im Geschäft via Tablets nicht nur aus ausgestellten Waren, sondern online aus dem gesamten Warenbestand wählen.

## Augmented Reality – Einrichtungshaus berät Kunden mit virtueller Warenpräsentation

In einem Einrichtungshaus können Möbel im Ladenlokal virtuell in die vom Kunden gewünschte Umgebung platziert werden. Dabei werden z. B. Wandfarbe, Bodenmaterial oder Sofastoffe ausgewählt und mit einem High-End-Beamer entsprechend im Geschäft projiziert. Kunden können bereits bei der Beratung ihr Wunschprodukt live sehen und in verschiedenen Variationen betrachten.

## Online-Marktplatz – Antiquariat verkauft Bücher im Ebay Shop

Eine Möglichkeit online sichtbar zu sein und seine Waren über das Internet zu verkaufen sind Drittanbieterplattformen, wie z. B. Ebay. Ein Antiquariat betreibt seit 2001 einen Ebay-Shop, dessen Design an das der eigenen Unternehmenshomepage angelehnt ist. Durch die überregionale Ansprache kann die Reichweite und der Absatz erhöht werden.

# Das GRC Leistungsspektrum

## GRC Consulting

Begleitung von Unternehmern und Unternehmen bei der strategischen Unternehmensentwicklung und der operativen finanziellen Unternehmensführung  
[www.grc-ub.de](http://www.grc-ub.de)

## GRC Personal

Personalberatungs- und Personalmanagement- Dienstleistungen. Personalsuche und Personalentwicklung  
[www.grc-personal.de](http://www.grc-personal.de)

## GRC Marketing

Begleitet mittelständische Unternehmen und deren Entscheidungsträger in allen Fragen des Marktauftritts & Vertriebs  
[www.grc-marketing.de](http://www.grc-marketing.de)

## GRC Finance

Strukturierte Unternehmensfinanzierung für Startups, klassische Unternehmensgründungen und expandierende KMUs  
[www.grc-finance.de](http://www.grc-finance.de)

## GRC Lean

Schlanke Prozesse für zukunftsfähige Unternehmen, Digitalisierung und Big Data  
[www.grc-lean.de](http://www.grc-lean.de)

## GRC Accounting

Systematische Erfassung und Überwachung des betrieblichen Leistungsprozesses im Rechnungswesen  
[www.grc-accounting.de](http://www.grc-accounting.de)

[www.grc-ub.de](http://www.grc-ub.de)

# Ihre Ansprechpartner

## Jörg Müller

---



### Tätigkeitsschwerpunkte

- > Unternehmensstrategie
- > Prozessoptimierung
- > Umsetzung
- > Performance Improvement Programme
- > Krise und Sanierung
- > Unternehmenssteuerung
- > Controlling und Planung

> Email: [mueller@grc-con.de](mailto:mueller@grc-con.de)

## Roland J. Gördes

---



### Tätigkeitsschwerpunkte

- > Unternehmensstrategie
- > Unternehmensführung
- > Umsetzung
- > Unternehmensfinanzierung
- > Kauf und Nachfolge
- > Krise und Sanierung

> Email: [goerdes@grc-ub.de](mailto:goerdes@grc-ub.de)

## Hansjörg Rhöse

---



### Tätigkeitsschwerpunkte

- > Unternehmensführung
- > Controlling und Planung
- > Umsetzung
- > Interimsmanagement
- > Krise und Sanierung

> Email: [rhoese@grc-ub.de](mailto:rhoese@grc-ub.de)